

---

**65** JAHRE  
**JUNGHEINRICH**

---

1953–2018

 **JUNGHEINRICH**



## VORWORT

65 Jahre Jungheinrich - eine einzigartige Wachstumsgeschichte

Angefangen hat diese mit einer Handvoll Mitarbeitern in einer kleinen Fertigung, heute sind es über 16 000 Mitarbeiter auf 5 Kontinenten. Jungheinrich startete als Stapelhersteller und entwickelte sich zum führenden Lösungsanbieter für die Intralogistik.

Heute sind wir Maschinenbauer, Logistiksystemanbieter und Software-Schmiede in einem; unsere Innovationen automatisieren die Lager unserer Kunden weltweit.

Mit unserem Bestehen, das Unternehmen nachhaltig für die kommenden Generationen auszurichten, stehen wir in der Tradition unseres Firmengründers, Dr. Friedrich Jungheinrich, der schon 1953 auf Elektroantrieb setzte. Gehen seinem Motto „Mach‘man“ setzen wir alles daran, Jungheinrich auch für die Zukunft erfolgreich aufzustellen.

Diese Erfolgsgeschichte ist das Werk einer tollen Mannschaft und der Dank gilt all denen, die in den letzten 65 Jahren daran mitgearbeitet haben und jenen, die heute die Zukunft gestalten.

für den Vorstand

Hans-Georg Frey

Hans-Georg Frey  
Vorstandsvorsitzender Jungheinrich AG

## UNSERE HIGHLIGHTS 2018

---

# 40,63€

JUNGHEINRICH-AKTIE  
2017 AUF **ALLZEITHOCH**



# 3,4 MRD. €

UMSATZ 2017



# +24%

MEHR AUSGABEN IN  
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

(2016–2017)



Erstmals über

# 120.000

produzierte Fahrzeuge 2017

In Europa sind wir die

# Nr. 2



der Branche

ENERGIEEXPERTISE



2017: größte Fahrzeugbestellung  
der Unternehmensgeschichte mit

# >1.000

LITHIUM-IONEN-Fahrzeugen

*Dr. Friedrich Jungheinrich*  
DR. FRIEDRICH JUNGHEINRICH  
STIFTUNG

11 Kooperationshochschulen und  
ca. 20 Stipendiaten in 5 Ländern

IN 4 JAHREN:



**+50%**  
UMSATZ

**+37%**  
MITARBEITER

~ **4.900**  
Kundendiensttechniker



**TOP 50**

DER ARBEITGEBER IN  
DEUTSCHLAND\*

\*laut Focus und Kununu



**>16.000**  
MITARBEITER WELTWEIT

**39** EIGENE  
DIREKTVERTRIEBSGESELLSCHAFTEN

AUSGEZEICHNET:



# INHALT

VORWORT	01
UNSERE HIGHLIGHTS	02
<b>KAPITEL 1 (1948–1953)</b>	
AM ANFANG STEHT EINE IDEE	05
GRÜNDUNG DER H. JUNGHEINRICH & CO. MASCHINENFABRIK	07
<b>KAPITEL 2 (1953–1968)</b>	
INTERNATIONALISIERUNG	08
UMZUG ZUM TRADITIONSSTANDORT FRIEDRICH-EBERT-DAMM	10
<b>KAPITEL 3 (1968–1978)</b>	
BEGINN EINER NEUEN ÄRA	12
WACHSTUM TROTZ REZESSION	14
<b>KAPITEL 4 (1978–1990)</b>	
STEIGERUNG DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT	16
KONTINUITÄT UND WANDEL – JUNGHEINRICH WIRD AKTIENGESELLSCHAFT	19
<b>KAPITEL 5 (1990–1998)</b>	
RICHTUNGSWEISENDE ENTSCHEIDUNGEN	20
NEUSTRUKTURIERUNG – DIE PRODUKTINITIATIVE „JUPITER“	22
<b>KAPITEL 6 (1998–2013)</b>	
AUFBRUCH INS NEUE JAHRTAUSEND	24
IM ZEICHEN VON ZUWACHS UND ZUKUNFTSGESTALTUNG	27
<b>KAPITEL 7 (2013–heute)</b>	
NEUE STRATEGIEN – WELTKONZERN AUF WACHSTUMSKURS	29
BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT	33
VOM STAPLERHERSTELLER ZUM LÖSUNGSANBIETER – UNSER PRODUKT- UND LÖSUNGSPORTFOLIO	34

## AM ANFANG STEHT EINE IDEE

Nach dem Zweiten Weltkrieg legt Dr. Friedrich Jungheinrich den Grundstein für das heutige Unternehmen. Anfänglich noch in der väterlichen Firma H. Jungheinrich & Co. stellt er die ersten mechanischen Transportgeräte her: Sackkarren, Hebelrollen und Handhubwagen mit passenden Ladegestellen, die Betrieben und Unternehmen während des Wiederaufbaus halfen, Trümmer und andere schwere Lasten zu bewegen. Als das väterliche Unternehmen zu klein wird, zieht er 1948 auf ein Grundstück in der Bachstraße 48 im Hamburger Stadtteil Barmbek. Die Werkstatt ist so eng, dass die Arbeiter die Geräte häufig unter freiem Himmel montieren. „Irgendwie fingen wir da an“, resümiert Friedrich Jungheinrich später diese Zeit der Improvisation. Ein Umstand, der den engen Zusammenhalt zwischen Friedrich Jungheinrich und seinen Mitarbeitern begründet. Jeden Morgen dreht er als Erstes eine Runde durch den kleinen Betrieb und begrüßt jeden mit Handschlag.

### Die richtige Nische und Direktvertrieb als Erfolgsrezept

Früh setzt Friedrich Jungheinrich darauf, die Transportgeräte selbst an die Betriebe zu verkaufen. Anders als in der Branche üblich, verzichtet er weitgehend auf Zwischenhändler. Rainer Bartram, Mitarbeiter und Verkäufer der ersten Stunde, kann so wichtige Informationen über die Bedürfnisse der Unternehmen von seinen Firmenbesuchen mitbringen und Jungheinrich auf Nischen aufmerksam machen. Dadurch kann dieser die Produktion seiner Transportgeräte frühzeitig auf den Bedarf seiner Kunden ausrichten. Viele Betriebe interessieren sich besonders für kleine und wenig Rangierraum benötigende Transportgeräte. Ein Produktsegment, das Jungheinrich innerhalb kürzester Zeit systematisch entwickelt und ausbaut.

### Ein Meilenstein – der erste Elektro-Deichsel-Hubwagen

Seit Längerem beschäftigt Dr. Friedrich Jungheinrich die Idee, mechanische Hubwagen mit einem elektrischen Antrieb auszustatten. Sein erster Elektro-Deichsel-Hubwagen verfügt über einen geschlossenen Elektromotor, angetrieben durch eine Gleichstrombatterie. Die gesamte Steuerung – Fahrtrichtung sowie Heben und Absenken von Lasten – erfolgt dabei über Schalter am Deichselgriff. Bei Leerfahrt kann sich der Arbeiter auf die Plattform stellen und den Hubwagen als Fahrzeug verwenden. So erhöht sich die Arbeitsgeschwindigkeit, gleichzeitig sinkt die körperliche Belastung.



Erste Werkstatt:  
In der Bachstraße beginnt die  
Geschichte von Jungheinrich.



Bahnbrechender Antrieb: Die elektrisch angetriebene „Ameise“ ersetzt schnell den Handhubwagen.



Vielseitiger Alleskönner: die „Ameise 55“ – ein Meilenstein in der Produktentwicklung.

---

#### Der erste Elektro-Vierradstapler: die „Ameise 55“

Anders als bei deichselgeführten Geräten sitzt der Fahrzeugführer bei der „Ameise 55“ auf dem Fahrzeug. Die Transportgeschwindigkeit ist somit von der körperlichen Leistungsfähigkeit des Arbeiters unabhängig. Dank eines kleinen Wendekreises kann die „Ameise 55“ auch in engen Räumen verwendet werden. Selbst der Einsatz in geschlossenen Lagern und Werkhallen ist problemlos möglich, weil ein Elektro-Doppelankermotor mit einer Leistung von 3,6 PS die „Ameise 55“ emissionslos antreibt.

---

## Ausbau des Produktprogramms und Umzug in eine neue Produktionsstätte

Als Anfang der 1950er-Jahre die Industrie immer mehr auf Touren kommt, füllen sich auch die Auftragsbücher von Jungheinrich. 1950 produziert das Unternehmen neben seinen Handhubwagen und Transportkarren 20 Elektro-Fahrzeuge. Die Kapazitätsgrenzen der Werkstatt in der Bachstraße sind erreicht. Wieder müssen neue Produktionsräume her. 1951 montieren die Arbeiter bereits in den Hallen am Billbrookdeich einen neuen Fahrzeugtyp: einen Elektro-Gabelstapler mit Fahrersitz. Unter dem Namen „Ameise 55“ (A 55) präsentiert Jungheinrich den neuen Stapler dem Fachpublikum 1953 auf der HANNOVER MESSE – und schreibt damit Branchengeschichte!

## GRÜNDUNG DER H. JUNGHEINRICH & CO. MASCHINENFABRIK

Mit der Produktion von Gabelstaplern mit Fahrersitz gelingt Jungheinrich der Sprung in den Kreis der Industrieunternehmen, die für die wachsende Wirtschaft eine Schlüsselrolle spielen. Die Nachfrage steigt, eine individuelle Betreuung der Kunden außerhalb Norddeutschlands ist nur noch begrenzt möglich. Am 1. Juni 1953 richtet Friedrich Jungheinrich in Mülheim an der Ruhr das erste regionale Vertriebszentrum ein.

Bald gehen Jungheinrich-Produkte auch ins Ausland: Während Friedrich Jungheinrich in Deutschland vorrangig auf den Direktvertrieb setzt, bedient er den europäischen Markt anfangs über ein Händlernetzwerk.

Bereits 1952 steigt der Umsatz der Transportgerätesparte auf über 830.000 D-Mark – Anlass für Friedrich Jungheinrich, den Maschinenbau 1953 vollständig aus dem von seinem Bruder Otto geführten Handelshaus zu lösen. Am 7. August 1953 tragen Friedrich Jungheinrich und sein Schwager Dr. Werner Rosenkranz die H. Jungheinrich & Co. Maschinenfabrik (HJC) ins Handelsregister der Hansestadt Hamburg ein – und gründen damit das heutige Unternehmen.

---

### Starke Marke: „Fahr’ das mal mit der ‚Ameise‘ rüber!“

Auf der Suche nach einem griffigen Markennamen orientiert sich Friedrich Jungheinrich an anderen Firmen der Branche, wie „Muli“, „Schildkröte“ oder „Steinbock“. Gemeinsam mit seinen Töchtern entscheidet er sich für die Ameise, die über ähnliche Eigenschaften wie seine Transportgeräte verfügt: Sie kann ein Vielfaches ihres eigenen Gewichts heben sowie transportieren und symbolisiert Fleiß, Leidenschaft sowie Genügsamkeit. Rasch entwickelt sich die „Ameise“ zum Gattungsnamen für Hubwagen – unabhängig vom jeweiligen Hersteller. Noch heute heißt es in vielen Lagern „Hol’ doch mal die Ameise.“

---



Zwei Pfeile – ein horizontaler gekreuzt von einem vertikalen Pfeil – symbolisieren die Richtungen, in die Güter und Material transportiert werden.

# INTERNATIONALISIERUNG

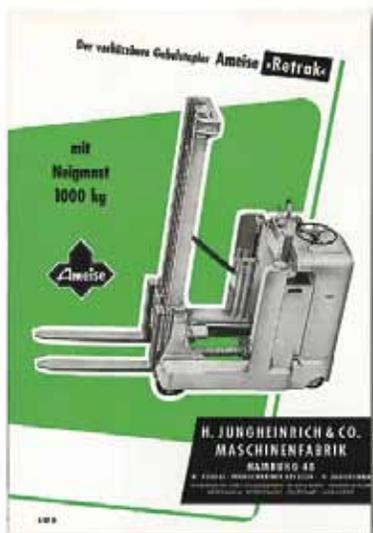
In den „Wirtschaftswunder“-Jahren setzt sich auch der Aufschwung von Jungheinrich kontinuierlich fort. Das Thema Transport- und Lagerrationalisierung wird immer bedeutender: Da Arbeitskräfte in den 1950er-Jahren zunehmend knapp werden, investieren Unternehmen verstärkt in moderne Lager- und Förder-technikgeräte.

Während der Wettbewerb sich zunehmend spezialisiert, behält Jungheinrich die kleinen Transportgeräte im Programm – und bedient auf diese Weise mit einer breiten Produktpalette die Wünsche jedes Kunden.

Neben einer Vielzahl an Produktneuheiten entwickelt Jungheinrich bereits 1956 seinen ersten eigenen Elektromotor, der bis 1965 mehr als 28.000 Mal in Jungheinrich-Fahrzeugen verbaut werden sollte. Eine andere Neuerung des Jahres 1956 ist die „Ameise Retrak“ – der erste Schubmaststapler von Jungheinrich. Der „Retrak“ begründet dabei eine ganz neue Flurförderzeug-Kategorie. Auch wenn die Meinungen darüber auseinandergehen, ob es sich dabei tatsächlich um den ersten Schubmaststapler weltweit oder nur in Deutschland handelt, prägen wir mit dem „Retrak“ einen festen Begriff in der Branche.

## Direkt am Kunden

Technische Innovationen sind nur eine Säule des Erfolgs. Die anderen sind der systematische Ausbau des Direktvertriebs und des Servicenetzes: Nach der ersten Niederlassung in Mülheim an der Ruhr eröffnen in rascher Folge weitere. Von Anfang an sind die Vertriebsmitarbeiter nicht allein Verkäufer, sondern auch Spezialisten. Gemeinsam mit den Kunden entwickeln sie individuelle Lösungen, um den innerbetrieblichen Transport und die Lagerhaltung durch den Einsatz von Elektro-Hubwagen, Schleppern und Gabelstaplern zu optimieren – ein Novum in der Flurförderzeugbranche. Bereits in den 1950er-Jahren legt Jungheinrich damit den Grundstein für die heutigen Aufgaben Materialflussanalyse und Logistiksysteme.



### Der Elektro-Schubmaststapler „Ameise Retrak“ (ESM)

Der „Retrak“ ist das Ergebnis jahrelanger Bemühungen, kurze und wendige Flurförderzeuge zu bauen. Da Lagerfläche teuer ist, werden die Abstände zwischen den Lagerregalen immer geringer, der Rangierraum für die Transportgeräte immer enger. Als in den USA erste Ideen von Staplern, die einen Hubmast ein- und ausfahren können, bekannt werden, greift Friedrich Jungheinrich diese auf und entwickelt den ersten Schubmaststapler. Mit dem verschiebbaren Hubmast ist der „Retrak“ wesentlich raumsparender als der Elektro-Vierradstapler „Ameise 55“. Bis zu 30 Prozent Raumgewinn durch geringere Arbeitsgangbreiten sind nun möglich.

Ein Werbeslogan aus dem Jahr 1957 verspricht: „Retrak-Rationalisierung heißt: größtmögliche Ausnutzung Ihrer Hallenflächen durch enge Gänge und hohe Stapelhöhen.“



Aufbau des Servicenetzes: Mit fahrenden „Werkstätten“ sorgen die Servicetechniker der Niederlassungen für den zuverlässigen Einsatz der Jungheinrich-Geräte.

## Wachsende Exporte

Parallel zur Erweiterung der Geschäftstätigkeit in Deutschland wächst der Export. Mitte der 1950er-Jahre entscheidet sich der Firmengründer richtungsweisend, das Vertriebs- und Servicenetz europaweit auszubauen. Innerhalb kurzer Zeit steigt der Exportanteil, auf dem die bis heute bestehende starke Marktpräsenz von Jungheinrich im Ausland beruht, deutlich. Nur drei Jahre nach Gründung eröffnet das Hamburger Unternehmen 1956 in Wien mit der Hermann F. Jungheinrich Gesellschaft seine erste Auslandsgesellschaft. „Ameise Italiana“ und „Ameise Svenska“ folgen. In den 1960er-Jahren wird das Netz europäischer Auslandsgesellschaften konsequent ausgebaut: In kurzer Folge entstehen Vertriebsniederlassungen in den Niederlanden, in Großbritannien, Dänemark, der Schweiz und in Frankreich. Auch jenseits des „Eisernen Vorhangs“ ist die Exportabteilung aktiv, beispielsweise in der Tschechoslowakei. Macht 1958 der Export rund 30 Prozent des Geschäftsumsatzes aus, steigt 1967 der Anteil des Auslandsgeschäfts am Unternehmensumsatz bereits auf 50 Prozent.

## UMZUG ZUM TRADITIONSSTANDORT FRIEDRICH-EBERT-DAMM

Mit 750 verkauften Fahrzeugen und einem Umsatz von über 11 Millionen D-Mark ist 1958 das bis dahin erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Die stetig wachsende Nachfrage nach Flurförderzeugen macht einen Umzug in eine größere Produktionsstätte immer dringender. Schrittweise verlagert Jungheinrich die Produktion vom Billbrookdeich an den Friedrich-Ebert-Damm. Hier wird ab 1960 die neue Junior-Baureihe gefertigt: kompakte, preiswerte und leistungsstarke Fahrzeuge, die anstatt mit großen und teuren Spezialbatterien mit Autobatterien arbeiten. Der erste Deichsel-Gabelstapler der Junior-Reihe ist der EJC, der sich rasch zum „Volkswagen“ unter den Gabelstaplern entwickelt. Aus dem Deichsel-Gabelhubwagen der Junior-Reihe konstruiert Friedrich Jungheinrich 1962 den „Ameise Teletrak“, ein gleisloses Flurförderzeug, das ohne Bediener auskommt.



Erfolgsgeschichte „Junioren“: einfach zu bedienen, universell einsetzbar – der „Volkswagen“ unter den Staplern.



Erster Schritt in Richtung Automatisierung: das Fahrerlose Transportsystem „Teletrak“.

---

### Fahren ohne Fahrer – der „Ameise Teletrak“

Beim „Ameise Teletrak“ funktioniert die Steuerung optisch: Fotowiderstände, die am Kopf des Gerätes angebracht sind, tasten einen auf dem Boden angebrachten Leitstreifen ab. Ein Schutzbügel stoppt das Gerät beim geringsten Kontakt mit einem Gegenstand oder einer Person sofort. In der Fachpresse heißt es dazu, dass der „Teletrak“ einen beachtenswerten Beitrag zur Automatisierung des Lagers und damit zur Kostensenkung leistet.

---



Traditionsstandort Friedrich-Ebert-Damm: alter und neuer (seit 2015) Sitz der Hauptverwaltung.

Das Unternehmen wächst, unaufhaltsam entwickelt sich die Jungheinrich-Gruppe immer mehr zum international ausgerichteten Konzern. Bald ist es auch im Werk am Friedrich-Ebert-Damm zu eng. Auf einem 80.000 Quadratmeter großen Grundstück in Friedrichsgabe bei Norderstedt entsteht die erste Produktionsstätte außerhalb Hamburgs. Hier sind ab Dezember 1965 eine Reparaturwerkstatt sowie die Ersatzteilproduktion für ältere Baureihen untergebracht. Auch die 1959 von Jungheinrich gegründete Hubertus-Regal Herstellungs- und Vertriebs-GmbH verlegt ihren Sitz nach Norderstedt. 1966 kommt ein Zweigwerk in Brunn bei Wien für die Produktion der für den Export bestimmten Handgabelhubwagen hinzu. Ein Jahr später wird mit der Akkutechnik Ladegeräte GmbH & Co. KG in die Produktion von Ladegeräten und Impulssteuerungen eingestiegen.

#### Leitbild „Mach’ man!“

Bei der Mitarbeitermotivation setzt Friedrich Jungheinrich auf einen kooperativen Führungsstil. Sein Credo: „Jeder kann sich als Unternehmer fühlen und hat eine Verantwortung.“ Was zählt, sind Engagement und Leistung.

#### Ende einer Epoche – Tod des Firmengründers

Am 28. Januar 1968 stirbt Dr. Friedrich Jungheinrich im Alter von 68 Jahren an den Folgen einer Krebserkrankung. Familie und Mitarbeiter trauern um ihn.



Unternehmer mit Weitblick:  
Firmengründer  
Dr. Friedrich Jungheinrich.



Aus einer Hand: Maßgeschneiderte Lösungen sorgen für einen reibungslosen innerbetrieblichen Transportablauf.

## BEGINN EINER NEUEN ÄRA

Nach dem Tod des Unternehmensgründers am 28. Januar 1968 bleibt Jungheinrich unter den Gesellschafterfamilien Lange und Wolf ein selbstständiges Familienunternehmen. Die Leitung der Konzernholding übernimmt Rainer Bartram, die Geschäftsführung der Hamburger H. Jungheinrich & Co. Maschinenfabrik hat Klaus Rosenkranz, Neffe des Firmengründers, inne. Das neue Führungsteam setzt die solide Finanzpolitik fort und hält auch an der Strategie des organischen Wachstums fest.

Zunehmend wird die Produktion in den neuen Montagehallen Norderstedt ausgebaut. Neben der Hubertus-Regal Herstellungs- und Vertriebs-GmbH, der Akkutechnik Ladegeräte Gesellschaft, dem Reparaturwerk und der Ersatzteilerfertigung startet dort auch die 1969 gegründete Kunststofftechnik KG mit der Fertigung von Abdeckhauben und Verkleidungsteilen aus Kunststoff.

Die Nachfrage nach Fahrzeugen aus dem Hause Jungheinrich ist so groß wie nie. Erstmals in der Firmengeschichte steigt 1968 der Umsatz auf über 100 Millionen D-Mark. Einen wesentlichen Beitrag dazu leistet der neue Hochregalstapler ETX, die Produktneuheit des Jahres 1968. Nach dem „Retrak“ ist dieser der nächste Meilenstein für eine bessere Nutzung der Lagerhöhe.

## Von der „Ameise“ zum kompletten Lagersystem

Wachsender Konsum verändert die Nachfrage nach ständig verfügbaren Artikeln. Von reiner Bevorratung entwickeln sich Industrie- und Großhandelslager mehr und mehr zu Distributionszentren, in denen Lagerung, Zusammenstellung und Verteilung ineinandergreifen. Die Materialflussorganisation wird zu einer zentralen Aufgabe, die nur mit kompletten Lagersystemen zu lösen ist. Jungheinrich erkennt diesen Trend frühzeitig und konzipiert für seine Kunden „maßgeschneiderte Lösungen“: von der Planung der Hochregallager bis zur Realisierung von Gesamt- und Teillösungen im Bereich des innerbetrieblichen Transport- und Lagerwesens.

Strategisch werden die Planung und der Vertrieb der Systemlösungen von der Lagertechnik KG auf die Maschinenfabrik übertragen – eine richtungsweisende Entscheidung für die Bündelung von Know-how in den Bereichen Flurförderzeuge und Regalsysteme. Der erste Jungheinrich-Kommissionierer, der mit zwei Hubgerüsten ausgestattete „Ameise Ordertrak“, kommt 1972 auf den Markt und ist besonders auf die Bedürfnisse des Lebensmittelgroßhandels ausgerichtet.



Moderne Lagertechnik: Im Regalgang fährt der ETX über Bodenleitschienen geführt, außerhalb bewegt er sich frei.

### Optimale Lagerraumausnutzung – der Hochregalstapler ETX

Der ETX, für den Antriebsteile aus der „Retrak“-Reihe verwendet werden, kann eine Last von 1 Tonne in eine Höhe bis zu 10 Metern heben und ist damit eine Alternative zu fest installierten Regalbediengeräten. Er ist halb so teuer wie ein Regalbediengerät und kann flexibel wie jeder andere Stapler von einem Gang in den anderen fahren. Im Regalgang wird der ETX auf einer Leitschiene geführt, um die Arbeiter von Steuerungsaufgaben zu entlasten. Eine Schwenkschubvorrichtung sorgt dafür, dass der ETX seine Lasten seitlich in die Regale ein- und auslagert – das spart Rangierraum und damit Gangbreite.

Mit dem Ziel, die Lagerabläufe zu optimieren, baut die aus der Hubertus-Regal Herstellungs- und Vertriebs-GmbH hervorgegangene Jungheinrich Lagertechnik KG seit 1970 in Norderstedt spezielle Regale für die Kommissionierung auf einer oder mehreren Ebenen.

# WACHSTUM TROTZ REZESSION

Trotz der 1973 einsetzenden Wirtschaftskrise halten Gesellschafterfamilien und Geschäftsleitung an ihrem Wachstumskurs fest. So startet das Unternehmen als eines der ersten in der Branche das Geschäft mit Miet- und Gebrauchtgeräten. Neben dem Handel mit Gebrauchtgeräten und der kurzfristigen Vermietung von Staplern gehören dazu auch Finanzdienstleistungen wie Langfristmiete und Leasing. Das neue Geschäftsfeld entwickelt sich rasch zu einem wichtigen Standbein, das in späteren Krisenzeiten den Rückgang im Geschäft mit Neufahrzeugen kompensieren soll.

Außerdem intensiviert Jungheinrich seine Vertriebsaktivitäten im Ausland. 1974 übernimmt das Hamburger Unternehmen in Frankreich einen der führenden Hersteller von Handgabelhubwagen, die Mécanique Industrie Chimique S.A., kurz MIC genannt. Interessant, da das Unternehmen neben einer hohen Präsenz auf dem französischen Markt auch eine starke Exportstellung vor allem in den USA hat – ein Markt, auf dem Jungheinrich bislang noch nicht Fuß fassen konnte.

## **Konzentration auf Kernkompetenz – Intensivierung des Auslandsgeschäfts**

Ende 1974 scheidet Rainer Bartram, der langjährige Weggefährte von Friedrich Jungheinrich, aus Geschäftsleitung und operativem Geschäft aus. Zum 1. Januar 1975 übernimmt Klaus Rosenkranz den Vorsitz der Geschäftsleitung der Konzernholding. Er tritt allerdings in einer schwierigen Zeit an die Spitze von Jungheinrich. Mit dem Konjunkturunbruch infolge der Wirtschaftskrise setzt in der Lagertechnikbranche ein Verdrängungswettbewerb ein. Aufgrund stagnierender Umsätze muss Jungheinrich Kurzarbeit anmelden. Fortan werden die Geschäfte auf das konzentriert, was Jungheinrich von jeher hervorragend kann: das Bauen von Flurförderzeugen. So gelingt es Rosenkranz, 1976 wieder mit einem kräftigen Umsatzplus abzuschließen.

Weichen für künftiges Wachstum stellt Jungheinrich auch beim Export. So wird das Engagement in den USA verstärkt. Mithilfe des weit verzweigten MIC-Händlernetzes findet Jungheinrich Zugang zum US-Markt. Mit neuen Gesellschaften in Belgien und Spanien werden die Marktanteile in Europa weiter ausgebaut und damit der ohnehin hohe Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz auf rund 60 Prozent gesteigert.

---

### **Nachhaltige Unternehmensführung**

Diversifizierung und Internationalisierung haben sich im konjunkturellen Auf und Ab der 1970er-Jahre bewährt. Trotz steigender Herstellungskosten und hartem Branchenwettbewerb investiert Jungheinrich in Werkserweiterungen und gleichzeitig effizientere Fertigungsmethoden. Statt die Produktion ins Ausland zu verlagern, stellen die Familien Wolf und Lange sowie die Geschäftsleitung die Weichen für ein nachhaltiges Wachstum als unabhängiges Familienunternehmen am Standort Deutschland.

---



Neue Maßstäbe in der Fahrzeugergonomie: der Dreirad-Gabelstapler "Ameise 300".

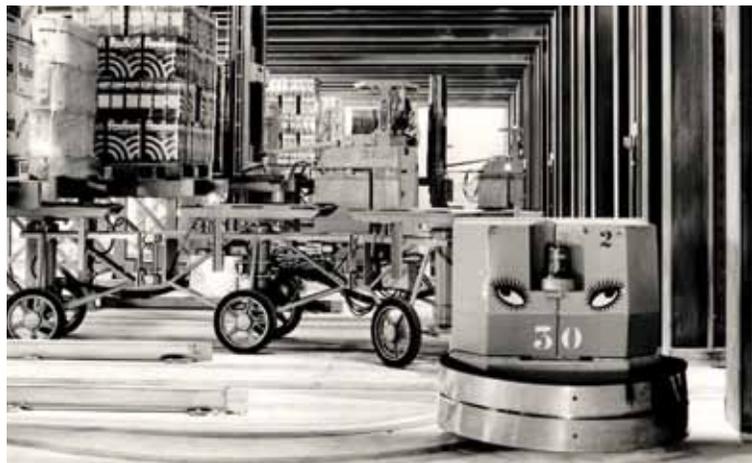
### Produktinnovationen und Ausbau des Dienstleistungssektors

Auf der HANNOVER MESSE 1975 stellt Jungheinrich die „Ameise 300“ vor. Ein Novum in der Branche, da es das erste Flurförderzeug ist, das aufgrund einer ergonomischen Untersuchung des arbeitswissenschaftlichen Instituts der Technischen Hochschule Darmstadt entwickelt wurde.

Darüber hinaus wird die Serviceorganisation für die Kunden weiter verbessert. Denn mit höherer Qualität erhöht sich auch die Lebensdauer der Jungheinrich-Produkte. Mit dem steigenden Fahrzeugbesatz auf dem Markt wächst auch die Notwendigkeit eines flexiblen und effizienten Kundendienstes. Mehr als 500 Jungheinrich-Servicewagen sind im Einsatz, um weit über 100.000 „Ameise“-Stapler, Hubwagen und Schlepper zu betreuen. 1978 macht der Bereich Service und Dienstleistungen bereits knapp ein Drittel des Konzernumsatzes aus.

# STEIGERUNG DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Nachdem sich die Wirtschaft gerade erst von den Auswirkungen der Ölpreissteigerung 1973 erholt hat, verschlechtern sich die Rahmenbedingungen 1979 durch den zweiten Ölpreisschock erneut. Die Rezession erreicht auch die Materialfluss- und Lagertechnikbranche, der Wettbewerb wird härter. Jungheinrich hält auch in dieser Krise an der bewährten Strategie hoher Investitionen fest und startet eine Innovationsoffensive. Dabei eröffnet die Mikroelektronik neue Möglichkeiten im Bereich automatisierter Materialfluss- und Lagertechnik.



Pionier der Fahrerlosen Transportsysteme: der induktiv gelenkte „Ameise Teletrak“.

## Pionier der automatisierten Transport- und Lagersysteme

Mit dem induktiv gelenkten „Ameise Teletrak“ leitet das Unternehmen bereits 1978 die Automatisierung gleisloser Flurförderzeuge ein. Mikroprozessoren lassen eine Datenverarbeitung im laufenden Arbeitsprozess und die Anbindung an einen zentralen Computer zu. Ein wichtiger Schritt in Richtung automatisierte Transportsysteme für einen synchronisierten Material- und Informationsfluss und Voraussetzung für eine rationelle Lager- und Materialflussorganisation. Die Distributionslogistik wird zum wichtigsten Faktor für den Markterfolg von Großhandelsbetrieben, Supermarktketten und Industrieunternehmen. Jungheinrich entwickelt beispielsweise für die Automobilindustrie ein induktiv geführtes, rechnergesteuertes Teletrak-System. Produktion und Montage werden mit den Fahrerlosen Transportsystemen (FTS) so beweglich, dass die Reihenfolge der Arbeitsgänge jederzeit flexibel geändert werden kann. Ebenfalls in der Automobilbranche eingesetzt wird ein automatisiertes Jungheinrich-Stapler- und Schleppersystem.

In Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut für Transporttechnik und Warendistribution entwickelt Jungheinrich Anfang der 1980er-Jahre das Automatisierte Regalstapler-System (ARS). Aufgrund des hohen Rationalisierungspotenzials des Systems wird die Innovation vom Bundesministerium für Forschung und Technologie gefördert. Die Kernkomponente der automatisierten Hochregalstapler bilden Bordcomputer, die mit einem Lagerverwaltungsrechner verknüpft sind. Mit hohen Umschlagleistungen und Hubhöhen bis zu 15 Metern eröffnet das System ARS ganz neue Leistungsbereiche.



Automatisierung in der Fertigung: prozessgesteuerte Industrieroboter aus dem Hause Jungheinrich.

### Auf dem Weg zum Vollsortimenter

Infolge des Einsatzes von Mikroelektronik werden auch Industrieroboter ins Lieferprogramm aufgenommen. 1981 verkauft Jungheinrich die ersten 25 mit Greifern oder Werkzeugen ausgerüsteten Handhabungsautomaten mit einer Multiprozessorsteuerung, die für eine Vielzahl von Aufgaben im Produktionsablauf programmiert werden können. Für die automatisierten Systeme und Roboter wird 1983 eigens der Geschäftsbereich Jungheinrich Anlagen- und Roboter-Technik (JART) etabliert, aus dem 1985 die eigenständige Tochterfirma Jungheinrich Anlagen-Technik GmbH & Co. KG (JAT) hervorgeht.



Neuer Takt in der Montage: Umstellung auf Fließfertigung.

### Neue Führung, neue Werke, neue Fertigungskonzepte

Zum 1. April 1985 scheiden die persönlich haftenden Gesellschafter Klaus Rosenkranz und Walter Gnauert aus der Geschäftsleitung der Jungheinrich-Unternehmensverwaltung KG aus. Gleichzeitig rücken die Eigentümerfamilien noch näher an das Unternehmen heran: Winfried Lange und Franz Günter Wolf, deren Ehefrauen gemeinsam die Mehrheit des Kommanditkapitals halten, treten als persönlich haftende Gesellschafter in die Holding ein. Im Zuge dieser Umstrukturierung wird auch ein neuer Gesamtprokurist für die Jungheinrich-Unternehmensverwaltung KG bestellt: Frank Bär. Gemeinsam mit Dr. Eckart Kottkamp für den Bereich Technik und Wolfgang Kiel für den Vertrieb bildet er den Führungsstab von Jungheinrich.

Auch sie setzen weiterhin auf technologischen Fortschritt und treiben die Fertigstellung des Werks in Norderstedt voran. Mit dem neuen Montagewerk kann Jungheinrich viel flexibler auf die veränderten Anforderungen des Marktes reagieren: auftragsbezogene Konstruktion und Produktion für eine Vielzahl von Einzellösungen. Möglich machen es das innovative Konzept der „Modularen System-Entwicklung“, kurz MSE, sowie die konsequente Umstellung der Serienproduktion auf Modulbauweise. Aus weniger Teilen und Baugruppen können somit mehr Fahrzeugvarianten hergestellt werden. Außerdem wird die Montage nach dem Prinzip der getakteten Fließfertigung umgestellt. Transportwege verkürzen sich, Arbeitsvorgänge werden vereinfacht. Die erste Produktreihe, die nach dem MSE-Konzept konstruiert wird, ist die neue Generation der Schubmaststapler. Bis 1990 überarbeitet Jungheinrich alle Produkte nach dem MSE-Prinzip.

Nach dem Ausbau des Werksstandortes Norderstedt und der Ausrichtung der Produktion auf die Serienfertigung eröffnet Jungheinrich 1989 in Lüneburg ein neues Werk für Sonderbau und Kleinserien. Auch die Montage verbrennungsmotorischer Stapler wird von Wandsbek nach Lüneburg verlagert. Das Werk Wandsbek entwickelt sich Ende der 1980er-Jahre zunehmend zum Standort für materialflusstechnische Systeme. Neben der dort bereits bestehenden Produktion der induktiv geführten Flurförderzeuge werden hier Systemgeräte für maßgeschneiderte Kundenlösungen aufeinander abgestimmt.

## Ausbau der Vertriebs- und Serviceorganisation

In der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre legt die Konzernführung einen Schwerpunkt auf die Optimierung des Vertriebs- und Serviceangebotes. Einerseits wächst die Jungheinrich-Mietflotte aus neuen Modellen stetig, andererseits ist die langfristige Gerätenutzung durch Fahrzeug-Leasing ein weiterer Service. Darüber hinaus bietet Jungheinrich ein spezielles Rental-Paket an: Langzeitmiete mit vollem Service und einer Garantie für ständige Einsatzbereitschaft zum Festpreis. Des Weiteren verkauft Jungheinrich Gebrauchstapler, die zuvor in den Werkstätten der Niederlassungen aufgearbeitet worden sind. Die Gebrauchstapler stellen eine preiswerte und ebenso zuverlässige Alternative zum Neugerät dar, da auch für sie eine Garantie eingeräumt wird. Damit entwickelt sich Jungheinrich über das Neugerätegeschäft hinaus zu einem starken und flexiblen Partner für seine Kunden.

## KONTINUITÄT UND WANDEL – JUNGHEINRICH WIRD AKTIENGESELLSCHAFT

Ende der 1980er-Jahre ist Jungheinrich gut aufgestellt und überschreitet 1987 erstmals die Umsatzmarke von 1 Milliarde D-Mark. Der gesamte Umbau zahlt sich aus: 1989 sind alle in- und ausländischen Werke voll ausgelastet. Der Umsatz wächst auf knapp 1,3 Milliarden D-Mark – damit hat sich der konsolidierte Außenumsatz von Jungheinrich seit 1983 mehr als verdoppelt.

In letzter Konsequenz führt die Wachstumsstrategie dazu, dass sich Jungheinrich dem Kapitalmarkt öffnet. Um das Unternehmen an die Börse zu bringen, wandeln die Gesellschafterfamilien Lange und Wolf die Rechtsform der H. Jungheinrich Maschinenfabrik GmbH & Co. KG mit Gesellschafterbeschluss vom 20. Juni 1990 in eine Aktiengesellschaft um.

---

### Der Börsengang

Am 30. August 1990 geht Jungheinrich an die Börse – es ist die drittgrößte Neueinführung im Jahr der deutschen Wiedervereinigung. Der erste Aufsichtsrat der Aktiengesellschaft setzt sich prominent aus dem Unternehmer Dr. Arend Oetker, dem BDI-Präsidenten Dr. Tyll Necker sowie aus Rainer Bartram und Franz Günter Wolf zusammen. Den ersten Vorstand der Aktiengesellschaft bilden als Vorsitzender Dr. Eckart Kottkamp, Dr. Hans-Peter Schmohl, Dr. Norbert Klusen, Wolfgang Kiel und Karin Martin. Um auch in Zukunft die Entscheidungshoheit für strategische Weichenstellungen bei den Familien Lange und Wolf sicherzustellen, sind nur die Stammaktien mit einem Stimmrecht ausgestattet – die Unabhängigkeit des Konzerns ist weiterhin gewährleistet.

---



# RICHTUNGSWEISENDE ENTSCHEIDUNGEN

1990 feiert Deutschland die Wiedervereinigung, der „Eiserne Vorhang“ ist gefallen. In den neuen Bundesländern und den früheren Ostblockländern besteht erheblicher Nachholbedarf an modernen Flurförderzeugen und Lagertechnik. Bereits am 3. Oktober eröffnet Jungheinrich in Klipphausen bei Dresden die erste Niederlassung in den neuen Bundesländern. Für den Absatz auf den osteuropäischen Märkten werden 1992 Tochterfirmen in Tschechien und Ungarn sowie zwei Jahre später in Polen gegründet.

Doch das nach der Wiedervereinigung erwartete „zweite Wirtschaftswunder“ bleibt aus, Deutschland rutscht in eine schwere Rezession. Um Kosten für den notwendigen Aufbau von Know-how zu senken, startet Jungheinrich mit Wettbewerber Linde ein Joint Venture. 1993 geht das JULI Motorenwerk im tschechischen Moravany bei Brünn in Betrieb.

Neben dieser Kooperation reagiert die Konzernführung auf die Krise und die weitere Verschärfung des Wettbewerbs mit gezielten strukturellen Maßnahmen. So baut das Unternehmen seine Vertriebsorganisation in Deutschland in ein zweistufiges System um: Das immer engmaschigere Netz an Niederlassungen wird seit 1992 um regionale Vertriebszentren ergänzt, die nun ihrerseits die zugehörigen Niederlassungen steuern. Damit kann der Vertrieb noch effizienter auf Besonderheiten des Marktes und die Ansprüche der Kunden reagieren. Als besonders stabil erweist sich in diesen Krisenzeiten der After-Sales-Bereich. Er wirkt dem Einbruch im Neugeschäft deutlich entgegen: Nach dem Verkauf eines Flurförderzeugs fördert der Kundendienst mit einem umfassenden Service die langfristige Kundenbindung und damit auch das Neugeschäft.

Mit dem 1994 entwickelten ComFour-Konzept kombiniert das Unternehmen die Finanzdienstleistungen Leasing, Miete, Mietkauf und Teilzahlung. Bei Vertragsabschluss entscheidet sich der Kunde für eine der vier Varianten, kann sie aber während der Vertragslaufzeit jederzeit wechseln. Bereits 1995 entspricht die ComFour-Quote mit rund 22 Prozent beinahe dem Kfz-Leasing-Niveau – ein großer Erfolg für das konkurrenzlose Konzept.

---

## Den Kunden im Fokus

Um Kundenwünschen noch besser zu entsprechen, bildet Jungheinrich seit 1993 unter dem Motto „One face to the customer“ Sales- und After-Sales-Teams aus Vertriebsmitarbeitern und Technikern. Jeder Kunde bekommt einen festen Ansprechpartner, der mit seinen Bedürfnissen genau vertraut ist und ihn vom Kauf bis zum Wartungs- und Reparaturservice betreut.

---

## Umweltschutz und Qualitätsmanagement

Seit 1992 ist auch Umweltschutz fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die Umweltschutz-Leitlinien sind für alle Mitarbeiter verbindlich und regeln Aufbau, Ablauf sowie rechtliche Grundlagen des betrieblichen Umweltschutzes. So werden fortan wiederverwertbare Stoffe in der Produktion verwendet und Immissionschutzmaßnahmen wie Hallenentlüftung und Lärmschutz umgesetzt. Darüber hinaus gehört ein ganzheitliches Qualitätskonzept zur Unternehmensstrategie. Qualität als Basis für Kundenzufriedenheit und als übergeordneter Begriff für alle Produkte, Dienstleistungen und Prozesse wird zu einem investitionsbestimmenden Kriterium und als dynamischer Prozess definiert.

## Der große Coup

Zahlreiche technische Neuerungen machen 1994 zum Jahr der Innovationen. Neben einer Produktoffensive im Geschäftsbereich Flurförderzeuge entwickelt sich auch das Geschäftsfeld der innerbetrieblichen Logistik erfolgreich. Das neue Jungheinrich-Datenkommunikationssystem steigert die Informationsverarbeitung im Lager und die Umschlagleistung der Staplerflotten beim Kunden wesentlich.

Dass 1994 für Jungheinrich zu einem der bedeutendsten Jahre in seiner Entwicklung zum internationalen Maschinenbaukonzern wird, hat einen Grund: die Übernahme der britischen Boss-Gruppe einschließlich des bayerischen Traditionsunternehmens Steinbock. Die Produktionsprogramme Jungheinrich und Steinbock/Boss überlappen sich kaum, aber vor allem erweitert Jungheinrich seine Kompetenz bei verbrennungsmotorischen Gegengewichtsstaplern. Damit ist Jungheinrich Vollsortimenter und Komplettanbieter – beste Voraussetzungen, um sich in der Flurförderzeugbranche zukünftig international noch stärker zu positionieren.



Swift-Mittelhubwagen: modernes Bedienkonzept, einfache Handhabung.



MULTI-PILOT: innovativer Steuerungshebel zur Ein-Hand-Bedienung.

## NEUSTRUKTURIERUNG – DIE PRODUKTINITIATIVE „JUPITER“

Die zügige Integration der neuen Tochterfirmen und die strategische Neuausrichtung der gesamten Gruppe werden nun vorangetrieben. Das Programm: die Produktinitiative „Jupiter“. Das Ziel: die Produktivität konzernweit zu steigern, um letztendlich die Übernahme der Kosten- und Technologieführung bei Elektro-Flurförderzeugen zu erreichen. Dafür wird die Fertigung an den einzelnen Standorten zusammengefasst. Durch höhere Stückzahlen sollen die Herstellungskosten gesenkt werden. Die Produktion am Standort Wandsbek verlagert Jungheinrich bereits 1995 nach Moosburg. Lediglich die Hauptverwaltung bleibt am Friedrich-Ebert-Damm in Hamburg-Wandsbek.

Die Verjüngung des Produktsortiments und die Überholung zahlreicher Baureihen sind ein weiterer Teil des „Jupiter“-Programms. 1997 verlassen die ersten von Jungheinrich konzipierten Diesel- und Treibgasstapler das Werk in Leighton Buzzard. Damit kehrt das Unternehmen nach fast 40 Jahren ohne selbst entwickelte und gefertigte Verbrenner in das nach wie vor größte Flurförderzeugsegment zurück und beendet seine 14-jährige Kooperation mit dem US-amerikanischen Hersteller Yale.



Produktionsstandort Moosburg: Seit der Übernahme von Steinbock investiert Jungheinrich nachhaltig in das Werk.

Die stärkere Ausrichtung des Konzerns auf Kundenanforderungen und Dienstleistungen rückt den After-Sales-Bereich als eigenständigen Geschäftsbereich auf die gleiche Ebene wie die Fertigung. Um kundengerechte Innovationen gezielt voranzutreiben, arbeitet der Service eng mit der Entwicklung zusammen.

Der Einkauf entwickelt sich mit der 1997 eingeführten Stabsabteilung „Zentraler Einkauf Konzern“ zum strategischen Lieferantenmanagement. Die Einkaufskosten sollen insgesamt gesenkt, Vorzugslieferanten ausgewählt und enger an den Konzern gebunden sowie konzernweite Standards für Lieferanten entwickelt werden.

Parallel zu den verschiedenen internen Reorganisationsmaßnahmen setzt die Konzernführung weiter auf Expansion. Im Blickpunkt steht besonders der Ausbau des osteuropäischen Direktvertriebsnetzes. 1996 erfolgt die Gründung einer Tochtergesellschaft in der Slowakei, 1997 in Slowenien. Neue Auslandsgesellschaften entstehen mit einer portugiesischen Tochterfirma 1998 auch in Westeuropa. Auch die Märkte in den USA, in Südamerika und Asien rücken zunehmend in den Fokus. 1998 eröffnet Jungheinrich seine erste Repräsentanz in Singapur.

Ende der 1990er-Jahre ist Jungheinrich an über 40 Standorten weltweit vertreten. 1998 erwirtschaftet der Konzern einen Umsatz von fast 1,7 Milliarden D-Mark außerhalb Deutschlands – damit steigt der Anteil des Auslandsgeschäftes am Konzernumsatz auf 64 Prozent.




---

**„Schneller, stärker, wirtschaftlicher“ –  
Jungheinrich als Drehstrom-Pionier**

Der Elektro-Vierrad-Gabelstapler EFG-VD ist 1996 der erste Elektro-stapler mit Drehstromantrieb. Mit diesem Antrieb erreichen elektrisch betriebene Flurförderzeuge Umschlagleistungen, die an das Niveau von Dieselstaplern heranreichen – umweltfreundlich ohne Emissionen. Eine wahre Pionierleistung!

---

# AUFBRUCH INS NEUE JAHRTAUSEND

Ausgezeichnete Produkte, ein starker Vertrieb und ein dichtes Kundendienstnetz, seither die Stärken von Jungheinrich, werden kontinuierlich ausgebaut und ergänzt. Seit 1999 betreut das neu geschaffene „International Key Account Management“ grenzüberschreitend alle internationalen Großkunden.

Das Internet als Markenbotschafter und zukunftsfähiger Vertriebsweg wird immer wichtiger. Im Jahr 2000 geht Jungheinrich als erstes europäisches Unternehmen der Branche mit einem Shop für Flurförderzeuge und Lagertechnik online.

Anfang 2000 wird der eingeschlagene Konsolidierungskurs konsequent fortgeführt. Die Marktpräsenz des Jungheinrich-Direktvertriebs wird durch neue Auslandsgesellschaften erweitert: 2000 in Griechenland, der Türkei und den USA, 2001 in Irland, Brasilien und Singapur sowie 2003 in Russland, Lettland und Litauen. Damit umfasst das Direktvertriebsnetz insgesamt 24 Länder, davon 10 in Ost- und Südosteuropa – ein Alleinstellungsmerkmal in der Branche. Der Prozess der Markenkonzentration ist zum 50. Firmenjubiläum 2003 abgeschlossen. Unter dem Slogan „Jungheinrich – das lohnt sich“ ist die Marke Jungheinrich weltweit neu positioniert.

## **Ausgefeilte Serviceangebote, neue Produktionsstruktur und Ausbau des System- und Projektgeschäfts**

Im Rahmen des Ausbaus des ertragsstarken Service- und Dienstleistungsgeschäfts rund um den Stapler übernehmen ab 2002 zwei moderne Logistikzentren in Norderstedt und in Lahr die Ersatzteilversorgung für Europa. Damit sind erstmalig Ersatzteile europaweit über Nacht verfügbar.

Auch die Rückführung der Produktion in die deutschen Werke ist 2004 weitgehend umgesetzt und die neue Produktionsstruktur trägt rasch Früchte. Der Umsatz 2004 steigt gegenüber dem Vorjahr um gut 4 Prozent auf 1,52 Milliarden Euro – damit liegt Jungheinrich auf Platz 4 der weltweit größten Flurförderzeughersteller, hinter Toyota, Linde und Nacco.

Ein weiterer strategisch wichtiger Schritt ist der Ausbau des System- und Projektgeschäfts. Als Generalunternehmen begleitet Jungheinrich seine Kunden mit individuellen, ganzheitlichen Konzepten und verknüpft Regalanlagen und -bediengeräte, automatische Kleinteilelager sowie verschiedene Fördertechniken mit einer präzise abgestimmten EDV-Verwaltungssoftware zu einem passgenauen wirtschaftlichen Lager-system.



---

### **Eine Marke, eine Technik, eine Farbe – Jungheinrich!**

Um Kosten zu senken, und zur Straffung der Organisation verabschiedet sich Jungheinrich von der Mehrmarkenstrategie und richtet den Vertrieb neu aus. Fortan werden alle Produkte ausschließlich unter der Marke Jungheinrich im Direktvertrieb angeboten. Die Märkte werden länderspezifisch nur noch über eine Vertriebsorganisation bedient.

---

## Neue Märkte und neue Standards

Unterschiedliche Anforderungen einzelner Märkte und zunehmende Komplexität der Geschäftsfelder fordern eine strukturelle Anpassung der Vertriebsorganisation. Ab 2004 sind für die Bereiche Serienprodukte, Projektgeschäft, Miet- und Gebrauchsgüter, International Key Account Management und Kundendienst Geschäftsfeldverantwortliche zuständig. Die weltweit tätigen Vertriebseinheiten werden in vier Regionalbereiche mit je einem Verantwortlichen gegliedert. 2006 kommen die Bereiche Vertrieb Handelshaus PROFISHOP mit Kataloggeschäft und Onlinevertrieb sowie 2010 die Händlervertriebsorganisation dazu.

Gleichzeitig erhöht das Unternehmen die Produktivität der Werke in Norderstedt, Lüneburg und Moosburg. Veränderungen der Fertigungs- und Montagethoden führen zu Anpassungen bei den Produkten, sodass in allen Linien 2005 neu entwickelte Geräte auf den Markt gebracht werden.

Daneben führt das verstärkte Engagement im Gebrauchsgüterhandel 2006 zur Gründung des Gebrauchsgüter-Zentrum Dresden für die Aufarbeitung von gebrauchten Staplern und Hubwagen in Klipphausen bei Dresden. Alle europäischen Jungheinrich-Vertriebszentren liefern ihre Geräte nun zur Aufarbeitung in das sächsische Werk – damit ist Jungheinrich für die steigende Nachfrage nach Gebrauchsgütern gut gerüstet, die das Unternehmen vor allem aus Finanzierungsverträgen zurückerhält.

Im selben Jahr geht im chinesischen Qingpu bei Shanghai ein Montagewerk für Elektro-Hubwagen in Betrieb, um den wachsenden asiatischen Markt zu beliefern.



Konzentration aufs Wesentliche: Die neue Produktionsstruktur spiegelt sich unter anderem in den Stückzahlen wider.



Aus einer Hand: komplette Logistiksysteme von Jungheinrich.



„Centre of Excellence“: Effektive Produktion schafft effiziente Produkte – das Produktionswerk in Landsberg bei Halle (Saale).

### Zwischen Finanzkrise und Rezession

2006 blickt Jungheinrich auf das bis dahin erfolgreichste Geschäftsjahr seiner Unternehmensgeschichte zurück. Auch 2007 setzt der Vorstand unter dem neuen Vorsitzenden Hans-Georg Frey auf ein konzernweit profitables Wachstum – das Jahr wird mit weiteren Bestmarken bei Umsatz und Ergebnis abgeschlossen. Der Konzernumsatz überschreitet erstmals die Rekordmarke von 2 Milliarden Euro. Auch das Jungheinrich-Geschäftsjahr 2008 ist von einem erneuten Umsatzrekord geprägt. Gleichzeitig setzt jedoch mit der Verschärfung der Banken- und Finanzkrise ein weltweiter Wirtschaftsabschwung ein – und verschont auch die Intralogistikbranche und mit ihr Jungheinrich nicht. Der massive Markteinbruch und der deutliche Auftragsrückgang setzen sich 2009 ungebremst fort.

Auf diese Rahmenbedingungen reagiert die Konzernführung nicht nur mit konsequentem Kostenmanagement, sondern auch mit Maßnahmen zur Stärkung der Marktposition, intensivierten Vertriebsaktivitäten und gezielten Investitionen. Gleichermaßen beweisen die Gesellschafterfamilien Lange und Wolf angesichts dieser Geschäftslage ihre Treue zum Unternehmen, indem sie als Stammaktionäre unter anderem auf eine Dividendenausschüttung verzichten.

2009 wird das als „Centre of Excellence“ konzipierte Produktionswerk für Elektro-Niederhubwagen in Landsberg nahe Halle (Saale) eröffnet. Das Werk im chinesischen Qingpu wird weiter ausgebaut und Jungheinrich schließt eine Entwicklungs- und Vertriebspartnerschaft mit der Mitsubishi Caterpillar Forklift America Inc. (MCFA) im texanischen Houston. Mit der Beteiligung an einem der führenden Softwarehäuser für Lagerverwaltungssysteme, der österreichischen ISA GmbH (Innovative Systemlösungen für Automation) in Graz, erweitert Jungheinrich sein Software-Know-how und stärkt somit seine Marktposition im Bereich der immer komplexeren Logistiksysteme.

## IM ZEICHEN VON ZUWACHS UND ZUKUNFTSGESTALTUNG

Aufgrund der vorrausschauenden Maßnahmen kehrt Jungheinrich bereits 2010 in die Gewinnzone zurück und rückt infolgedessen im weltweiten Ranking der Stapleranbieter auf Platz 3 vor. Seither gehört Jungheinrich neben Toyota und der Kion Group zu den Top 3 der Intralogistikbranche.

Die Folgen der globalen Krise sind endgültig überwunden: Im Geschäftsjahr 2011 erhöht sich der Konzernumsatz gegenüber dem Vorjahr um rund 17 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro und das Ergebnis nach Steuern wächst erstmalig auf über 100 Millionen Euro. Damit kehrt der Konzern zu alter Umsatz- und Ertragsstärke zurück. Auch der konsequente Ausbau der Geschäftsfelder Logistiksysteme und Finanzdienstleistungen trägt dazu bei. Durch die eigenen Finanzdienstleistungsgesellschaften in Deutschland, Italien, Frankreich, Großbritannien, Spanien, den Niederlanden und seit 2012 in Österreich schließt Jungheinrich mittlerweile mehr als jedes dritte Neugeschäft in Europa im Rahmen eines Rental- oder Leasingvertrags ab.

In der Produktentwicklung liegt der Fokus zukünftig auf energiesparender Antriebstechnologie. Neue Maßstäbe bei der Energieeffizienz setzt Jungheinrich bereits 2011 mit dem ersten serienreifen Elektro-Deichsel-Gabelhubwagen mit Lithium-Ionen-Technologie vom Typ EJE 112i. Eine weitere Innovation ist der Schubmaststapler ETM/ETV 214–216, der mit einem um 10 Prozent geringeren Energieverbrauch eine um bis zu 10 Prozent höhere Umschlagleistung im Vergleich zum Vorgängermodell erreicht. Ebenso steht der 2012 auf den Markt gebrachte verbrennungsmotorische Gegengewichtsstapler mit hydrostatischem Antrieb für hohe Energieeffizienz.



Neue Maßstäbe in der Energieeffizienz: Der EJE 112i ist das erste Serienfahrzeug mit Lithium-Ionen-Technologie.



### Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung

In der Tradition des Unternehmensgründers Dr. Friedrich Jungheinrich leistet die 2004 von den Gesellschafterfamilien Wolf und Lange sowie der Jungheinrich AG gegründete Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung einen Beitrag zur Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung auf den Gebieten Elektrotechnik, Maschinenbau und Logistik. In Partnerschaft mit der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg, der Technischen Universität Hamburg-Harburg, der Technischen Universität München und der Tongji-Universität Shanghai vergibt die Stiftung Stipendien und Forschungsprojekte an besonders qualifizierte junge Menschen.

## Das strategische Geschäftsmodell der Marke Jungheinrich

Der Erfolg von Jungheinrich basiert auf der breiten Nutzung des gesamten Leistungsportfolios. Wir stellen sicher, dass jeder einzelne Kunde die exakt auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Produkte und Gesamtlösungen bekommt.



## NEUE STRATEGIEN – WELTKONZERN AUF WACHSTUMSKURS

2013 feiert Jungheinrich sein 60-jähriges Jubiläum unter dem Motto „60 Years of Passion for Logistics“. Von der kleinen Werkstatt in Hamburg-Barmbek hat sich das Unternehmen zu einem Weltkonzern mit rund 11.000 Mitarbeitern und mehr als 2 Milliarden Euro Jahresumsatz entwickelt. Um den erfolgreichen Weg fortzuführen, wird in der Konzernstrategie das ambitionierte Ziel „4/7“ festgelegt: Bis 2020 soll der Umsatz auf 4 Milliarden Euro steigen, dazu ist ein jährliches Wachstum von 7 Prozent nötig. Um dies zu erreichen, werden fünf strategische Schwerpunkte definiert. Im Fokus steht neben dem europäischen Markt die kontinuierliche Erschließung von Wachstumsmärkten, vor allem in der Region Asien-Pazifik mit Schwerpunkt in China. Zudem sollen das Logistikgeschäft und das Produktsegment Gegengewichtsstapler ausgebaut werden sowie der Versandhandel international wachsen.



Logistik mit System:  
Regalbediengeräte aus dem Hause Jungheinrich.

### Ausbau von Logistiksystemgeschäft und Vertrieb

Diese Konzernstrategie wird in der Folge konsequent umgesetzt. Jungheinrich bündelt seine Fachkompetenzen im Bereich Logistiksysteme in einer neu geschaffenen Sparte: Anfang 2014 wird die Jungheinrich Logistiksysteme GmbH mit Sitz in Moosburg gegründet und schließlich ein eigenes Vorstandsressort für den Bereich eingerichtet. 2015 erwirbt Jungheinrich die MIAS Group, den führenden Anbieter für Regalbediengeräte und Lastaufnahmeprodukte mit Hauptsitz in München, um das Angebotspektrum zu erweitern und neue Marktchancen in dem stark expandierenden Geschäftsbereich wahrzunehmen.

Durch die kontinuierliche Erschließung neuer Märkte ist Jungheinrich 2013 in 32 Ländern mit eigenem Direktvertriebs- und Servicenetz vertreten. Durch die Übernahme des Händlers NTP Forklifts in Australien werden in einem der größten Flurförderzeug-Märkte in der Asien-Pazifik-Region die Weichen auf Wachstum gestellt. Auch in Afrika, im Kernmarkt Europa und in Südamerika baut das Unternehmen sein Vertriebs- und Servicenetzwerk weiter aus, wird in Südafrika, Rumänien und Chile mit einem eigenen Direktvertrieb aktiv. Mit Kolumbien, Peru sowie Ecuador und mit der Übernahme des langjährigen Vertriebspartners Grupo Agencia Alemana wird der Ausbau des Netzwerks fortgesetzt. Im Jubiläumsjahr ist Jungheinrich in 39 Ländern mit eigenen Vertriebs- und Servicegesellschaften vertreten.

### Aufnahme in den MDAX

Der Erfolg spiegelt sich auch auf dem Finanzmarkt wider: Zum 4. Dezember 2014 wird die Jungheinrich AG im MDAX der Deutschen Börse aufgenommen. Damit ist das Unternehmen im Mid-Cap-Index, der die 50 größten börsennotierten Unternehmen unterhalb des DAX in Deutschland zusammenfasst, vertreten.

## Erhöhung der Kapazitäten

Der stramme Wachstumskurs erfordert entsprechende Kapazitäten, die Jungheinrich daraufhin in allen Bereichen erhöht. 2013 werden gleich zwei neue Produktionsstandorte eröffnet. Ein Werk im chinesischen Qingpu wird in Betrieb genommen, um der steigenden Nachfrage nach Staplern in Asien gerecht zu werden. Im Gewerbe- und Industriegebiet Degernpoint in Bayern entsteht ein weiteres, eigenständiges „Centre of Excellence“ für Lager- und Systemfahrzeuge. Das Werk Moosburg in unmittelbarer Nähe wird in diesem Zuge umstrukturiert und somit ein Produktivitätssprung in der Fertigung der strategisch wichtigen Gegengewichtstapler erreicht. Mit 30.000 Fahrzeugen jährlich wird die Produktionskapazität im Werk Moosburg nahezu verdoppelt. 2017 gründet Jungheinrich mit seinem Vertriebspartner für die USA, Kanada und Mexiko, MCFA (Mitsubishi Caterpillar Forklift America Inc.), das Joint Venture „ICOTEX“ (Industrial Components of Texas, LLC). In der texanischen Stadt Conroe wird anschließend das „ICOTEX“-Werk eröffnet, in dem von nun an Gabelstapler- und Industriekomponenten für den amerikanischen Markt gefertigt werden.

Die Ersatzteilversorgung wird ebenfalls für die anstehenden Aufgaben angepasst. 2013 geht ein hochmodernes Ersatzteilzentrum im schleswig-holsteinischen Kaltenkirchen in Betrieb, das Jungheinrich mit seinem Know-how als Generalunternehmer für komplette Logistiksysteme selbst entwickelt und realisiert hat. In der Asien-Pazifik-Region wird die Ersatzteilversorgung auch weiter ausgebaut – 2016 eröffnet ein Jungheinrich-Regionallager für Ersatzteile in Shanghai.

In Hamburg-Wandsbek wird ab August 2014 eine neue Konzernzentrale an einem traditionsreichen Jungheinrich-Standort gebaut. Auf dem Areal am Friedrich-Ebert-Damm 129, das zwischen 1958 und 1995 als Produktions- und Hauptverwaltungsstandort diente und von 1996 bis zum Abriss 2007 bereits Sitz der Konzernzentrale war, entsteht ein fünfstöckiges Gebäude mit einer Nutzfläche von über 18.000 Quadratmetern. Im Dezember 2015 beziehen über 500 Jungheinrich-Mitarbeiter ihre neue, moderne Arbeitsumgebung. Nur kurz darauf startet bereits das nächste Bauprojekt: Neben dem 2015 fertiggestellten Gebäude entsteht ein fast baugleiches Objekt, um weitere Mitarbeiter am Standort unterzubringen. Die Eröffnung des Neubaus ist für das Jahr 2020 geplant.



Stammsitz mit Tradition: Friedrich-Ebert-Damm 129.

## Der Jungheinrich Way of Leadership

Führung ist neben der Strategie der wesentliche Faktor, um unsere Ziele sicher zu erreichen. Der Jungheinrich Way of Leadership ist das Herzstück der Führungskultur bei Jungheinrich. Er beschreibt die Disziplinen der Lernenden Organisation, unsere zentralen Werte, die konkreten Aufgaben in der Führung sowie die Bedeutung von „Mach man‘ und geh voran“ für unser zukünftiges Handeln.

**Kommunikation** **Thinking out of the box** **Vertrauen**  
**Unternehmertum**  
**Innovation** **Fokus** **Wachstum**  
**Resultatorientierung** **Fehlerkultur**  
**Treiben** **Verantwortung**  
**Leidenschaft** **Mut** **Beitrag zum Ganzen**  
**Feedback**

### Das Jungheinrich Training Center

Im September 2015 eröffnet das Jungheinrich Training Center. Damit wird den steigenden Mitarbeiterzahlen, der komplexeren Technik und der zunehmend globalen Präsenz des Unternehmens Rechnung getragen. Auf fast 8.000 Quadratmetern Fläche werden auf dem Werksgelände in Norderstedt modern ausgestattete Schulungsräume und viel Platz für das Arbeiten und Lernen an Fahrzeugen und Regalen aller Jungheinrich-Linien geschaffen. Bis zu 5.000 Teilnehmer können sich hier jährlich qualifizieren.



## Jungheinrich 4.0

Die technischen Innovationen von Jungheinrich sind ausgerichtet an den Trends der Industrie 4.0: Automatisierung, Digitalisierung und Vernetzung. Der Lösungsanbieter für die Intralogistik entwickelt heute als Logistiksystemanbieter, Softwareschmiede und Maschinenbauer manuelle bis vollautomatisierte Fahrzeuge, Regale sowie Software aus einem Guss.



Einen weiteren Meilenstein in der Intralogistik stellt Jungheinrich 2015 vor: die nächste Generation der Lithium-Ionen-Batterien, entwickelt in der 2014 gegründeten Sparte „Energy and Drive Systems“. Die Batterien sind innerhalb von 30 Minuten für eine komplette Schicht aufladbar. Jungheinrich versteht sich als Gesamtlösungsanbieter: Zum Energiespeicherkonzept gehören auch hocheffiziente Flurförderzeuge mit einer Schnittstelle zu einem intelligenten Batterie-Management-System, eine Ladetechnik mit Schnellladegeräten und eine professionelle Energieberatung.

Im Jubiläumsjahr 2018 präsentiert Jungheinrich die aktuellste Innovation im Zusammenhang mit der Lithium-Ionen-Technologie: den Schubmaststapler ETV 216i. Dieser steht für ein völlig neues Konzept für Flurförderzeuge. Das Fahrzeug ist nicht mehr wie üblich um eine Batterie herum gebaut, sondern diese ist ein fest verbauter Bestandteil des Fahrzeugs. Da der Lithium-Ionen-Energiespeicher nur rund die Hälfte des ansonsten benötigten Raumes beansprucht, bietet sich dem Fahrer mehr Platz und eine bessere Rundumsicht. Auch die Methode der Fahrzeugentwicklung ist beim ETV 216i innovativ: Mit Usability-Studien und Prototypentests werden die Kunden direkt in den Prozess einbezogen.

Weltneuheit: Der ETV 216i steht für Innovation, Effizienz, Sicherheit und Ergonomie.



Treibende Kraft der Elektromobilität: Die Jungheinrich Lithium-Ionen-Technologie.



Analogie für Power und Ausdauer: Neue Bildsprache der Marketing-Kompetenzkampagnen.

## BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT

Durch die konsequente Umsetzung der Konzernstrategie befindet sich Jungheinrich im Jahr des 65-jährigen Jubiläums auf dem Weg, die gesteckten Ziele zu erreichen. Im Jahr 2017 liegt der Umsatz des Unternehmens bei 3,4 Milliarden Euro und steigt somit in vier Jahren um 50 Prozent. Über 16.000 Mitarbeiter sind in den Jungheinrich-Niederlassungen in 39 Ländern rund um den Globus beschäftigt. In über 80 weiteren Ländern ist Jungheinrich durch Partnerunternehmen vertreten. Jungheinrich ist die Nr. 2 der Intralogistikbranche in Europa, produziert 2017 erstmals über 120.000 Fahrzeuge und verbucht die größte Fahrzeugbestellung in der Unternehmensgeschichte mit über 1.000 Lithium-Ionen-Fahrzeugen. Nach seiner 65-jährigen Entwicklung hin zu dem heutigen erfolgreichen Weltkonzern ist das Unternehmen gut aufgestellt, um sich für die Zukunft neue Ziele zu setzen und diese zu erreichen.



Die Zukunft fährt elektrisch:  
Das ist Intralogistik 4.0 made by Jungheinrich.

# VOM STAPLERHERSTELLER ZUM LÖSUNGSANBIETER –

---

## Lagertechnik



---

### Elektro- Gegengewichtsstapler



### Diesel-/Treibgasstapler



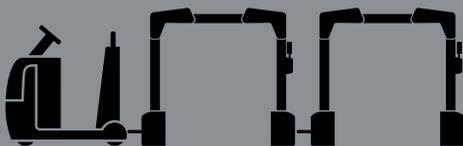
### Handgabelhubwagen



---

### Routenzüge

### Anhänger



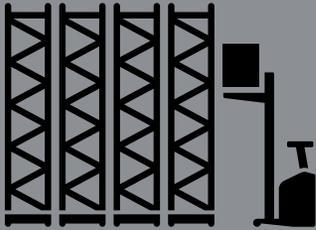
### Weiterführende Lösungen



# UNSER PRODUKT- UND LÖSUNGSPORTFOLIO

---

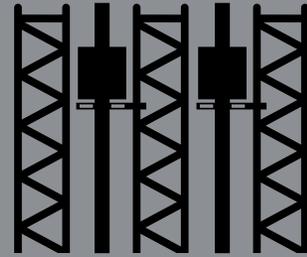
## Logistiksysteme



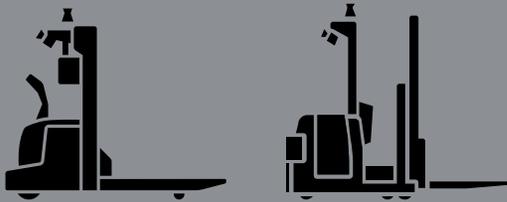
## Regalsysteme und Lagereinrichtungen



## Regalbediengeräte



## Fahrerlose Transportsysteme



## Fördertechnik



## Lagerverwaltung



## Digitale Lösungen



Impressum

**Herausgeber**

Jungheinrich Aktiengesellschaft  
Unternehmenskommunikation  
Friedrich-Ebert-Damm 129  
22047 Hamburg  
[www.jungheinrich.com](http://www.jungheinrich.com)

**Gestaltung**

Jan Hagemann DSGN  
Studio für Kommunikationsdesign

**Druck**

Beisner Druck GmbH & Co. KG

**Fotos und Illustrationen**

Jungheinrich AG



